



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación Innova Gestión Calidad

Convocatoria 2016

Nº de proyecto:261

Título del proyecto: ***“Evaluación de las competencias adquiridas para la mejora de la inserción laboral de los egresados en Comercio y Turismo”***

Nombre del responsable del proyecto: Mercedes Rodríguez Paredes

Centro: Facultad de Comercio y Turismo

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

En la presentación del proyecto se propusieron los siguientes objetivos:

OBJETIVOS GENERALES:

Objetivo 1: Propuesta de una herramienta para la evaluación de la adquisición de competencias de los alumnos

Objetivo 2: Propuesta de una herramienta de medición de la inserción laboral de los graduados en Comercio y Turismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Análisis y descripción de las competencias de los Grados de Comercio y Turismo, ya que en cada Memoria Verificada de los títulos se establecen una serie de competencias generales o transversales y específicas.
- Descripción de las actividades que se han de realizar para que el estudiante adquiera la competencia
- Elaboración de una herramienta para poder evaluar las competencias
- Fijación de criterios para poder tomar decisiones acerca de la adquisición de la competencia por parte del estudiante y su grado de adecuación
- Relación entre el mundo académico y el mundo profesional a través del estudio de la inserción laboral de los egresados.

2. Objetivos alcanzados

Es fundamental el análisis de las competencias en las titulaciones y su implicación en la inserción laboral, ya que con ello, hemos conseguido cumplir los siguientes [objetivos generales](#):

1. Establecer referentes comunes a los profesores de las titulaciones para la evaluación de las competencias
2. Conseguir que la Facultad de Comercio y Turismo se centre en el proceso de enseñanza-aprendizaje dirigido hacia la consecución de los resultados y objetivos de las diferentes asignaturas del Plan de Estudios
3. Mejorar la información sobre la empleabilidad de los egresados en los diferentes perfiles profesionales relacionados con el área del Comercio y del Turismo

Este proyecto ha logrado los siguientes [objetivos específicos](#) relacionados con las líneas vinculadas al Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo en las dos titulaciones:

1. Elaboración de herramientas e iniciativas para el diseño, aprobación, implementación, revisión y mejora de programas formativos, ya que el proyecto se basa en la propuesta de un modelo de evaluación de las competencias.
2. Formulación de objetivos de calidad, ya que nuestro eje central es mejorar la gestión de calidad y por tanto, la calidad de las titulaciones.
3. Aprendizaje y evaluación centrados en el estudiante, ya que al acometer la primera etapa centrada en las competencias, nos hemos centrado en el proceso de enseñanza-aprendizaje actual de nuestro objetivo ha sido mejorarlo.
4. Las herramientas e instrumentos para recoger y analizar los resultados para la mejora de los programas formativos, ha sido uno de los elementos clave en nuestro proyecto.
5. Elaboración de una encuesta dirigida a los empleadores de los egresados de la Facultad de Comercio y Turismo en colaboración con un proyecto de innovación desarrollado por docentes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México).

4. Metodología empleada en el proyecto

Este proyecto tiene un impacto directo en uno de los puntos clave de la gestión del Sistema de Garantía Interno de Calidad que tiene que ver con las competencias que los alumnos deben adquirir en las diferentes asignaturas, así como la evaluación de las competencias y la consecuencia de una mejora en la inserción laboral. Es por ello, que la metodología que se ha seguido se basa en el análisis de los siguientes indicadores que hemos dividido en dos bloques:

BLOQUE 1: INDICADORES DE LA EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

Nivel 1: Capacidad de asimilar los conocimientos aportados por el profesor

- Análisis y síntesis de la información
- Aplicación de los conocimientos teóricos a situaciones reales
- Adaptación a situaciones nuevas
- Toma de decisiones

Nivel 2: Capacidad de integrar, procesar y ampliar los conocimientos en el marco de aplicación, con toma de decisiones sencillas

- Análisis y síntesis de la información
- Aplicación de los conocimientos teóricos a situaciones reales
- Adaptación a situaciones nuevas
- Toma de decisiones

Nivel 3: Capacidad de uso estratégico de los conocimientos adquiridos, con toma de decisiones complejas

- Análisis y síntesis de la información
- Aplicación de los conocimientos teóricos a situaciones reales
- Adaptación a situaciones nuevas
- Toma de decisiones

Nivel 4: Responsabilidad

- Asistencia a las sesiones presenciales
- Puntualidad en la entrega de los trabajos, a pesar de las dificultades

BLOQUE 2: INDICADORES DE INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS

- En estos indicadores tenemos que analizar en qué medida afecta la adquisición de competencias por parte de los estudiantes en la inserción laboral, teniendo en cuenta además elementos de calidad en el perfil profesional que los egresados ocupan.
- Logro de los egresados de las dos titulaciones
- Implicación y adquisición de habilidades de los estudiantes
- Contribuciones del egresado a la Facultad: asociación de antiguos alumnos

5. Recursos humanos

Este proyecto se ha solicitado desde el Equipo decanal de la Facultad de Comercio y Turismo formado por los siguientes miembros:

Decana: Concepción García Gómez

Vicedecana de Organización Académica y Grado: María Francisca Blasco López

Vicedecana de Postgrado e Investigación: María García Hernández

Vicedecana de Calidad y Alumnos: Mercedes Rodríguez Paredes

Secretaria Académica: Lourdes Salinero Ganzo

Gerente de la Facultad: Santiago Ramos Álvarez

Miembro de la Comisión de Calidad de la Facultad: Amparo Carrasco Pradas

Delegada del Grado de Turismo: Mariangela Caballero Ojeda

Delegada del Grado de Comercio: María Gabriela Vargas Alarcón

Representante de alumnos: Alvaro Morán Guerra

El Equipo del Decanato lidera este proyecto ya que se trata de una aportación fundamental en la gestión más eficaz del Sistema de Garantía de Calidad de las titulaciones y además, ha colaborado uno de los miembros de la Comisión de Calidad que con su experiencia en la elaboración de las Memorias de seguimiento de las titulaciones ha aportado todo lo necesario para que este proyecto sea un éxito.

Además, hemos contado con la colaboración de las delegadas de grupos de Comercio y Turismo y un representante de alumnos ya que, consideramos que es fundamental la necesidad de motivación e implicación para que los alumnos participen de alguna forma, que es lo difícil realmente en estos casos, en este sentido, los alumnos representan un elemento clave para el seguimiento de la evaluación de las competencias.

6. Desarrollo de las actividades

ACTIVIDAD 1: LAS COMPETENCIAS

- Revisión de las competencias de las dos titulaciones: generales o transversales y específicas.
- Elaboración de un cuadro de mandos que relacione cada una de las materias y asignaturas con las competencias (ver anexos 1 y 2: cuadro de mandos Grado de Turismo y Comercio)

ACTIVIDAD 2: LA EVALUACIÓN DENTRO DEL SISTEMA DEL ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

- Análisis del objetivo de la evaluación:
 1. Relacionados con el desarrollo laboral o de una carrera, es este caso, el objetivo de la evaluación es proveer información válida y útil a los empleadores para tomar decisiones sobre la selección de contrataciones nuevas y del progreso de los empleados.
 2. Relacionados con al progreso en los sistemas de educación y capacitación, centrados en el propio proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Clasificación de las evaluaciones.
 1. La evaluación formativa: basada en el aprendizaje que se incluye dentro del proceso de educación o capacitación
 2. La evaluación sumativa se basa en la certificación de la competencia que en realidad se utiliza.

ACTIVIDAD 3: EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

- Análisis de las actividades formativas que se utilizan en la evaluación
 1. Asistencia y participación activa en clase
 2. Trabajo guiado
 3. Trabajo autónomo del alumno

4. Trabajo grupal del alumno

5. Otras actividades

- Análisis de la calidad en los métodos y procedimientos de evaluación
- Propuesta de un Modelo de herramienta unificada para la evaluación de todas las asignaturas de las dos titulaciones
- Rúbricas como instrumento de evaluación de las competencias: tipología y clasificación
- Análisis de las fortalezas y debilidades de las rúbricas en el proceso de evaluación
- Diseño de las rúbricas teniendo en cuenta: calificaciones parciales y competencias relacionadas con cada categoría o indicador
- Planificación de un curso de formación destinado a los coordinadores de las materias y los docentes de las asignaturas:
 1. Planificación y gestión de la docencia: diseñar, orientar y desarrollar las actividades de formación y de evaluación asociados a la enseñanza-aprendizaje con la finalidad de valorar los resultados y elaborar propuestas de mejora
 2. Estrategias metodológicas de aprendizaje y evaluación: analizar cada una de las asignaturas centrándose en los objetivos y los procesos de evaluación.
 3. Gestión de las rúbricas por parte de los profesores que imparten las asignaturas

ACTIVIDAD 4: INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS

- Diseño e implementación del instrumento (ver anexo 3: encuestas empleadores)
- Análisis del uso de encuestas a egresados universitarios
- Objetivos de la encuesta de inserción laboral
- Población y muestra
- Niveles de desagregación:
- Variables o preguntas que se analizan

7. Anexos

ANEXO 1: CUADRO DE MANDOS GRADO EN TURISMO

Competencias generales y transversales

Las siguientes competencias deben desarrollarse de forma transdisciplinar entre las diversas competencias específicas:

CG1 Capacidad de análisis y de síntesis

CG2 Comunicación oral y escrita en lengua nativa

CG3 Resolución de problemas

CG4 Razonamiento crítico

CG5 Aprendizaje autónomo

CG6 Trabajo en equipo

Competencias Específicas

El cuadro de competencias profesionales específicas, junto con una descripción de cada una de ellas, es el siguiente:

CE1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica Comprender los distintos aspectos de la actividad turística desde un punto de vista transversal, en especial las relaciones del sector con su entorno, las conductas del turista y las interrelaciones en el destino

CE2 Analizar la dimensión económica del turismo Comprender la dimensión macroeconómica y microeconómica del turismo, así como a los agentes económicos para su identificación y adecuada valoración

CE3 Conocer la evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio Comprender la progresiva complejidad y diversificación del turismo como producto para mantener una actitud positiva y racional en el desarrollo de la actividad y poder adoptar decisiones abiertas y reflexivas en la actual sociedad de ocio

CE4 Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas Conocer el entorno político-administrativo en el que se enmarca la actividad turística para desenvolverse adecuadamente y ser capaz de buscar las fuentes de información adecuadas

CE5 Aplicar metodología de investigación para resolver los problemas empíricos que se plantean en el ámbito del turismo Resolver problemas a través de métodos científicos para ser capaces de identificar y manejar las distintas variables necesarias para el análisis de realidades complejas

CE6 Desarrollar una marcada orientación de servicio al cliente Conocer y atender las necesidades y expectativas del consumidor de productos y servicios turísticos para conseguir la excelencia en las relaciones

CE7 Reconocer los principales agentes turísticos Adquirir conocimientos relacionados con la identificación global de los diferentes agentes que participan activamente en la configuración del mercado turístico para identificar qué actor puede resolver las cuestiones surgidas en el ejercicio de la actividad y poder presentar y negociar ante distintos actores proyectos turísticos

CE8 Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación Ser capaz de valorar las potencialidades turísticas de un recurso territorial, utilizando herramientas específicas, para desarrollar y diseñar proyectos turísticos vinculados al territorio

CE9 Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico patrimonial de las organizaciones turísticas Comprender la situación patrimonial (económico-

financiera) y los resultados derivados de la gestión de las empresas turísticas y cómo se elabora dicha información para la toma de decisiones

CE10 Gestionar los recursos financieros Conocer y comprender los principales conceptos económico-financieros que afectan a la empresa turística, así como las herramientas que hay que utilizar para desarrollar una adecuada gestión de sus recursos financieros para poder tomar decisiones de inversión y financiación, poder resolver situaciones de desequilibrios financieros y aprovechar oportunidades de mejora

CE11 Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales Saber cómo definir objetivos comerciales y tomar decisiones sobre estrategias y políticas comerciales para elaborar un plan de marketing en las empresas turísticas

CE12 Dirigir y gestionar los distintos tipos de organizaciones turísticas Conocer los principios básicos de dirección y gestión de empresas, así como los distintos modelos de estructura organizativa para su aplicación a las empresas y organizaciones turísticas

CE13 Manejar técnicas de comunicación Adquirir habilidades de comunicación para su aplicación en los ámbitos interno y externo de las empresas y organizaciones turísticas

CE14 Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas Conocer la normativa vigente que afecta al sector y a los distintos tipos de empresas turísticas para ser capaz de planificar y desarrollar la actividad de acuerdo con la normativa reguladora

CE15 Trabajar en inglés como lengua extranjera Comunicarse en inglés en el entorno profesional para poder redactar y comprender documentos, informes y memorias en un lenguaje técnico turístico

CE16 Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera Comunicarse en una segunda lengua extranjera en el entorno profesional para poder redactar y comprender documentos, informes y memorias en un lenguaje técnico turístico

CE17 Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos Conocer las particularidades geográficas, sociales, económicas, políticas, culturales y de recursos de los espacios y destinos turísticos para su promoción y desarrollo

CE18 Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad Estudiar los impactos del turismo y concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico teniendo en cuenta criterios medioambientales, socio-culturales y económicos para asegurar los principios de sostenibilidad

CE19 Conocer el procedimiento operativo de los distintos subsectores de la actividad turística Conocer las áreas operativas de las distintas modalidades de alojamientos, restauración, distribución e intermediación para realizar un análisis completo de su proceso productivo

CE20 Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico Conocer las TIC como herramientas esenciales para la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno de la empresa como a nivel externo

CE21 Conocer los objetivos, estrategias e instrumentos públicos de planificación para comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado Comprender las consecuencias y oportunidades que se desprenden de los planes públicos para poder intervenir en la elaboración e implantación de planes de desarrollo turístico o aprovechar la acción de las administraciones sobre la planificación turística

CE22 Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas Conocer y comprender los principios y herramientas necesarios para diseñar e implantar las estrategias y políticas de recursos humanos más adecuadas en las empresas turísticas

CE23 Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial Conocer los flujos turísticos internacionales, los principales destinos a nivel mundial, los factores que han influido

en su desarrollo y los efectos y tendencias que se manifiestan para poder estudiar nuevos destinos e innovar en sus productos

CE24 Trabajar en medios socioculturales diferentes Desarrollar aptitudes y sensibilidad para comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes, ya sea en países extranjeros como en su propia ciudad

CE25 Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural y conocer las principales iniciativas de su puesta en valor Poner en relación los objetivos de la gestión cultural y de la gestión turística y comprender los usos que puede compatibilizar un bien de patrimonio cultural para identificar qué recursos culturales pudieran llegar a ser productos turísticos

CE26 Detectar las necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas Ser capaz de reconocer necesidades de planificación, mantenimiento y renovación de infraestructuras e instalaciones causados por la detección de problemas técnicos, insuficiencias de medios, obsolescencia, ineficiencias de procesos o ahorro de energía

EVALUACIÓN DE LOS ALUMNOS A TRAVÉS DE LAS COMPETENCIAS (GENERALES Y ESPECÍFICAS)

MATERIAS BÁSICAS:

ANTROPOLOGÍA		C. Gen. (CG)				Comp. Esp. (CE)					
Alumnos	Actividades	1	2	3	4	1	3	8	18	24	25
	Asistencia y participación activa en clase										
	Trabajo guiado										
	Trabajo autónomo del/la alumno/a										
	Trabajo grupal del/la alumno/a										
	Otras actividades										

ECONOMÍA		C. Generales (CG)				C. Específicas (CE)					
Alumnos	Actividades	1	2	3	4	2	3	4	14	18	23
	Asistencia y participación activa en clase										
	Trabajo guiado										
	Trabajo autónomo del/la alumno/a										
	Trabajo grupal del/la alumno/a										
	Otras actividades										

ESTADÍSTICA		C. Generales (CG)				C. Específicas (CE)	
Alumnos	Actividades	1	2	3	4	5	20
	Asistencia y participación activa en clase						
	Trabajo guiado						
	Trabajo autónomo del/la alumno/a						
	Trabajo grupal del/la alumno/a						
	Otras actividades						

[illegible][illegible][illegible][illegible]

EMPRESA		Comp. Gen. (CG)				Comp. Esp. (CE)							
Alumnos	Actividades	1	2	3	4	1	5	6	9	10	11	12	22
	Asistencia y participación activa en clase												
	Trabajo guiado												
	Trabajo autónomo del/la alumno/a												
	Trabajo grupal del/la alumno/a												
	Otras actividades												

IDIOMA MODERNO		Comp. Gen. (CG)				Comp. Esp. (CE)		
Alumnos	Actividades	1	2	3	4	13	15	24
	Asistencia y participación activa en clase							
	Trabajo guiado							
	Trabajo autónomo del/la alumno/a							
	Trabajo grupal del/la alumno/a							
	Otras actividades							

MATERIAS OBLIGATORIAS Y OPTATIVAS:

[illegible][illegible][illegible]

[illegible]

ACTIVIDADES TURÍSTICAS (2)		Comp. Esp. (CE)						
Alumnos	Actividades	14	17	19	20	22	23	26
	Asistencia y participación activa en clase							
	Trabajo guiado							
	Trabajo autónomo del/la alumno/a							
	Trabajo grupal del/la alumno/a							
	Otras actividades							

[illegible]

PATRIMONIO Y TERRITORIO (2)		Comp. Esp. (CE)						
Alumnos	Actividades	18	20	21	23	24	25	26
	Asistencia y participación activa en clase							
	Trabajo guiado							
	Trabajo autónomo del/la alumno/a							
	Trabajo grupal del/la alumno/a							
	Otras actividades							

POLÍTICA E INSTITUCIONES		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)												
Alumnos	Actividades	1	2	4	1	3	4	6	7	8	13	14	17	18	20	26
	Asistencia y participación activa en clase															
	Trabajo guiado															
	Trabajo autónomo del/la alumno/a															
	Trabajo grupal del/la alumno/a															
	Otras actividades															

IDIOMA MODERNO		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)			
Alumnos	Actividades	1	4	13	15	16	24
	Asistencia y participación activa en clase						
	Trabajo guiado						
	Trabajo autónomo del/la alumno/a						
	Trabajo grupal del/la alumno/a						
	Otras actividades						

[illegible]

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS (2)		Comp. Esp. (CE)						
Alumnos	Actividades	12	13	14	19	20	22	24
	Asistencia y participación activa en clase							
	Trabajo guiado							
	Trabajo autónomo del/la alumno/a							
	Trabajo grupal del/la alumno/a							
	Otras actividades							

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y DESTINOS (1)		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)							
Alumnos	Actividades	3	4	1	3	6	7	8	13	14	17
	Asistencia y participación activa en clase										
	Trabajo guiado										
	Trabajo autónomo del/la alumno/a										
	Trabajo grupal del/la alumno/a										
	Otras actividades										

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y DESTINOS (2)		Comp. Esp. (CE)						
Alumnos	Actividades	18	20	21	23	24	25	26
	Asistencia y participación activa en clase							
	Trabajo guiado							
	Trabajo autónomo del/la alumno/a							
	Trabajo grupal del/la alumno/a							
	Otras actividades							

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA TRANSVERSAL (1)		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)					
Alumnos	Actividades	3	4	1	3	4	7	13	14
	Asistencia y participación activa en clase								
	Trabajo guiado								
	Trabajo autónomo del/la alumno/a								
	Trabajo grupal del/la alumno/a								
	Otras actividades								

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA TRANSVERSAL (2)		Comp. Esp. (CE)					
Alumnos	Actividades	15	16	18	21	24	25
	Asistencia y participación activa en clase						
	Trabajo guiado						
	Trabajo autónomo del/la alumno/a						
	Trabajo grupal del/la alumno/a						
	Otras actividades						

ANEXO 2: CUADRO DE MANDOS GRADO EN COMERCIO

Competencias generales

CG1 - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial

CG2 - Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial

CG3 - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve

CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

CG5 - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales

CG6 - Saber comportarse con una actitud responsable ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general

CG7 - Aprender a aprender, como ejemplo saber cómo, cuándo, donde..., nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal)

Competencias específicas

CE1 - Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución en el tiempo de la economía y la actividad comercial desde una triple perspectiva temática: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización de la economía, de cara a saber situar la realidad de la actividad comercial actual en su contexto histórico.

CE2 - Saber analizar las distintas variables y fenómenos que intervienen tanto en el comercio interior como en el exterior, de cara a poder analizar de forma crítica las políticas de comercio promocionadas e implantadas por los países a lo largo de la historia.

CE3 - Conocer y entender el marco jurídico de la actividad en la que realizarán sus funciones comerciales con el fin de aprender a manejar e interpretar textos legales relacionados con sus actividades, usa la terminología jurídica y poder aplicar estos conocimientos a una relación responsable con la sociedad y comprometida con los principios normativos

CE4 - Ser capaces de distinguir los elementos integrantes de la empresa desde una perspectiva de sistema para conocer su organización y la interrelación de estos elementos, así como la creación de nuevas empresas, con el fin de identificar los factores clave y poder intervenir para alcanzar la máxima eficiencia y eficacia e dicha organización aplicando los principios de responsabilidad social

CE5 - Saber gestionar y dirigir la fuerza de ventas que opera en una organización y aplicar los principios básicos de esta materia en la gestión de equipos comerciales eficientes y responsables, es decir, que respeten los principios básicos de igualdad de género y oportunidades, con el fin de aplicar técnicas de negociación y persuasión y, de esta forma, poder cerrar acuerdos comerciales satisfactorios

CE6 - Conocer y comprender la importancia de la gestión de compras e inventarios, así como la gestión de calidad de productos y servicios, a fin de cumplir los objetivos de

trazabilidad marcados con respecto a clientes y proveedores, bajo un claro compromiso social.

CE7 - Aplicar los fundamentos de análisis financiero al diseño de operaciones de financiación de actividades comerciales, valorando adecuadamente sus riesgos económicos.

CE8 - Conocer y saber aplicar las operaciones relacionadas con las estructuras del análisis contable y los costes de la empresa para disponer de la información necesaria para la toma de decisiones en gestión comercial, especialmente las referentes a los precios de los productos/servicios.

CE9 - Dominar la filosofía del marketing y sus principales fundamentos de cara a poder aplicar la distintas técnicas y herramientas de marketing, tales como la investigación comercial y de mercados utilizadas para conseguir conocer mejor el comportamiento del consumidor intentando satisfacer sus deseos y necesidades de forma responsable y sostenible para la empresa.

CE10 - Saber aplicar de forma responsable las distintas formas de comunicación comercial entre empresas y particulares para entender el alcance y la trascendencia de fenómeno de la comunicación comercial en sus diversas manifestaciones: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, publicidad, comunicación a través de Internet y otras TICs.

CE11 - Desarrollar eficientemente los conceptos de marketing estratégico, así como las nuevas técnicas de marketing, como el marketing director y el marketing relacional, de cara a su aplicación en la estrategia comercial de la empresa en las distintas etapas de la evolución de los mercados, en diferentes situaciones competitivas y en el ámbito internacional.

CE12 - Aprender eficientemente a gestionar de forma global productos y/o servicios con el fin de incorporar estrategias de innovación, packanging, y desarrollo que permitan a la empresa poner en el mercado una oferta más atractiva para los consumidores y usuarios tanto si son consumidores finales u otras organizaciones siempre respetando los principios de responsabilidad social.

CE13 - Comprender las funciones de la distribución y la logística comercial y su papel como intermediaria de la actividad comercial, así como la planificación eficiente del canal de distribución para poder hacer llegar productos/servicios al consumidor final organizacional, ya sea a través de medios tradicionales (establecimientos) o utilizando las tecnologías de la información y la comunicación (Internet, telefonía móvil...).

CE14 - Saber plantear y analizar las diversas situaciones competitivas en las que se encuentra la empresa al querer operar en el extranjero para la puesta en práctica eficaz en una operación comercial internacional.

CE15 - Plantar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas que se presenten en el desarrollo de la actividad empresarial de cara a aplicar las técnicas matemáticas adecuadas para su resolución e interpretar la solución que proporciona el modelo de ámbito real. **CE16** - Conocer el método y los concepto estadísticos necesarios para el análisis de mercado y las actividades comerciales: modelos que permiten predecir distintos escenarios futuros, obtener muestras validad o aplicar análisis multivariable para la obtención de segmentación de mercados, mapas de posicionamiento, análisis factoriales, etc,

CE17 - Aprender las distintas herramientas informáticas que se utilizan en la actualidad dentro de la actividad comercial, nuevas tecnologías como las bases de datos de clientes, técnicas CRM o simulación comercial con el fin de poder elegir y manejar en cualquier momento la mejor herramienta disponible en una situación concreta de forma responsable.

CE18 - Dominar, tanto a nivel oral como escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarlo en el ámbito comercial, por ejemplo, en situaciones de negociación comercial en el ámbito internacional

MATERIAS BÁSICAS:

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA		Comp. Gen. (CG)			Comp. Esp. (CE)
Alumnos	Actividades	1	3	6	1
	Asistencia y participación activa en clase				
	Trabajo guiado				
	Trabajo autónomo del/la alumno/a				
	Trabajo grupal del/la alumno/a				
	Otras actividades				

DERECHO CIVIL		Comp. Gen. (CG)	Comp. Esp. (CE)
Alumnos	Actividades	6	3
	Asistencia y participación activa en clase		
	Trabajo guiado		
	Trabajo autónomo del/la alumno/a		
	Trabajo grupal del/la alumno/a		
	Otras actividades		

GESTIÓN FINANCIERA		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)	
Alumnos	Actividades	1	5	4	7
	Asistencia y participación activa en clase				
	Trabajo guiado				
	Trabajo autónomo del/la alumno/a				
	Trabajo grupal del/la alumno/a				
	Otras actividades				

MATEMÁTICAS		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)
Alumnos	Actividades	4		15
	Asistencia y participación activa en clase			
	Trabajo guiado			
	Trabajo autónomo del/la alumno/a			

ESTADISTICA: ANÁLISIS DE DATOS EN INFERENCIA		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)
Alumnos	Actividades	1	4	16
	Asistencia y participación activa en clase			
	Trabajo guiado			
	Trabajo autónomo del/la alumno/a			
	Otras actividades			

INFORMATICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)
Alumnos	Actividades	4		17
	Asistencia y participación activa en clase			
	Trabajo guiado			
	Trabajo autónomo del/la alumno/a			
	Otras actividades			

IDIOMA: INGLES, FRANCES O ALEMAN		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)
Alumnos	Actividades	2	3	18
	Asistencia y participación activa en clase			
	Trabajo guiado			
	Trabajo autónomo del/la alumno/a			
	Trabajo grupal del/la alumno/a			
	Otras actividades			

MATERIAS OBLIGATORIAS:

FUNDAMENTOS DE GESTION		Comp. Gen. (CG)		Comp. Esp. (CE)	
Alumnos	Actividades	4	7	7	8
	Asistencia y participación activa en clase				
	Trabajo guiado				
	Trabajo autónomo del/la alumno/a				
	Trabajo grupal del/la alumno/a				
	Otras actividades				

ENTORNO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL		Comp. Gen. (CG)			Comp. Esp. (CE)		
Alumnos	Actividades	1	5	6	1	3	15
	Asistencia y participación activa en clase						
	Trabajo guiado						
	Trabajo autónomo del/la alumno/a						
	Trabajo grupal del/la alumno/a						
	Otras actividades						

[illegible]

[illegible][illegible]

MATERIAS OPTATIVAS:

COMPLEMENTO DE GESTIÓN		Comp. Gen. (CG)			Comp. Esp. (CE)		
Alumnos	Actividades	4	5	7	7	8	17
	Asistencia y participación activa en clase						
	Trabajo guiado						
	Trabajo autónomo del/la alumno/a						
	Otras actividades						

[illegible]

[illegible]

ANEXO 3: ENCUESTA EMPLEADORES GRADO EN COMERCIO Y TURISMO

Esta encuesta tiene como objetivo conocer su opinión acerca de las habilidades para la toma de decisiones que tengan los egresados de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid al momento de ser contratados por una empresa.

Por eso, agradecemos de antemano su colaboración. Cabe enfatizar que la información recabada se utilizará solamente con fines educativos y que es absolutamente confidencial.

A. DATOS DE LA ORGANIZACIÓN O INSTITUCIÓN

1. Nombre: _____

2. Puesto o cargo: Propietario () Gerente () Responsable de Recursos humanos () Otro () especifique

3. Nombre de la organización

4. Dirección

Teléfono: _____

5. Giro comercial _____

6. Tipo de organización: Pública () Privada ()

7. Tamaño de la organización: _____ 1. Micro (hasta 15 empleados) 2. Pequeña (entre 16 y 100) 3. Mediana (entre 101 y 250) 4. Grande (más de 250).

B. PERFIL DE LOS EMPLEADOS

8. ¿En su organización hay preferencias por contratar egresados de alguna universidad en particular? Si () No () De ser así, ¿de cuál?

9. ¿De qué forma recluta principalmente a su personal? (Elige la más importante)

Bolsas de trabajo	()
Anuncios publicitarios	()
Prácticas profesionales	()
Servicio social	()
Recomendaciones	()
Otra (especifique)	() _____

10. ¿Conoce cuántos egresados de las carreras de Comercio y Turismo ha contratado su organización en los últimos 2 años?

Si () No () De ser así, ¿cuántos? _____ de qué carrera? _____

11. ¿En su organización, cómo se consideran a los egresados de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM en comparación con los de otras instituciones educativas, en cuanto a sus habilidades y conocimientos dirigidos a la toma de decisiones: Muy buenos () Regulares () Malos ()

12. ¿Cómo valora Ud. el grado de satisfacción del desempeño profesional de los egresados de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM en temas de dirección financiera y toma de decisiones .Bajo () Medio () Alto ()

C. VALORACIÓN DE HABILIDADES PARA LA TOMA DE DECISIONES DE LOS EGRESADOS DE LAS CARRERAS DE COMERCIO Y TURISMO

A continuación de manera muy breve le pediremos su punto de vista sobre algunas características que pretendemos evaluar acerca de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo en la UCM.

16. ¿Cómo calificaría usted la capacidad de abstracción, análisis y síntesis de los de las carreras de Comercio y Turismo?.

Indique la carrera _____

ALTA () MEDIA () BAJA ()

17. En su organización ¿En qué grado son requeridas las habilidades de liderazgo y toma de decisiones?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

18. ¿Cómo calificaría usted la capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo en la UCM?

ALTA () MEDIA () BAJA ()

19. En su organización ¿En qué grado son requeridas estas habilidades?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

20. ¿Cómo calificaría usted la capacidad para planificar y organizar su tiempo de trabajo de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo Seguros ofertadas en la UCM?

ALTA () MEDIA () BAJA ()

21. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

22. ¿Cómo calificaría usted la responsabilidad social y compromiso ciudadano de los egresados?

ALTA () MEDIA () BAJA ()

23. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

24. ¿Cómo calificaría usted la capacidad de comunicación oral y escrita de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo ofertadas en la UCM.

ALTA () MEDIA () BAJA ()

25. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

26. ¿Cómo calificaría usted la capacidad de comunicación en un segundo idioma de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo ofertadas en la UCM

ALTA () MEDIA () BAJA ()

27. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

28. ¿Cómo calificaría usted las habilidades en el uso de la tecnología, paquetes y software de los egresados?

ALTA () MEDIA () BAJA ()

29. En su organización ¿En qué grado son requeridas estas habilidades?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO () BAJA ()

30. ¿Cómo calificaría usted la capacidad de investigación de mercados de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo ofertadas en la UCM

ALTA () MEDIA () BAJA ()

31. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

32. ¿Cómo calificaría usted la capacidad para identificar, plantear y resolver problemas en los egresados de las carreras de Comercio y Turismo ofertadas en la UCM

ALTA () MEDIA () BAJA ()

33. ¿Cómo calificaría usted el compromiso ético de los egresados que contratan de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM

ALTA () MEDIANAMENTE () MEDIA () POCO ()
MUCHO ()

34. ¿Cómo calificaría usted la capacidad para tomar decisiones comerciales en los egresados de las carreras de Comercio y Turismo Seguros ofertadas en la UCM

ALTA () MEDIA () BAJA ()

35. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

36. ¿Cómo calificaría usted la capacidad para tomar el liderazgo en un equipo de trabajo?

ALTA () MEDIA () BAJA ()

37. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

38. ¿Cómo calificaría usted compromiso ético de los egresados?

ALTA () MEDIA () BAJA ()

39. ¿Cómo calificaría usted la eficacia operativa y la buena administración de recursos de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo ofertadas en la UCM?.

Gracias por contestar la encuesta
ALTA () MEDIA () BAJA ()

40. ¿Cómo calificaría usted la capacidad de innovación de los egresados de las carreras de Comercio y Turismo ofertadas en la UCM?.

ALTA () MEDIA () BAJA ()

41. En su organización ¿En qué grado es requerida esta capacidad?

MUCHO () MEDIANAMENTE () POCO ()

Aplicador: _____